

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 658.788.4:339.13

Подлегаева Т.В.

ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА УПАКОВКИ (НА ПРИМЕРЕ ГП «ГОТЭК» КУРСКАЯ ОБЛ. Г. ЖЕЛЕЗНОГОРСК)

*Подлегаева Татьяна Викторовна**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: podlegaeva123456789@rambler.ru

Группа предприятий «ГОТЭК» – один из крупнейших в Российской Федерации производителей современной упаковки и упаковочных материалов, лидер отечественного рынка по ассортименту выпускаемой продукции, сочетает в своей деятельности современный передовой опыт и традиции почти пятидесятилетней работы в данном секторе экономики.

Ключевые слова: отрасль, упаковка, экономика, рынок.

Быстрый рост потребительского рынка увеличил спрос розничных сетей на упаковку. Сегодня упаковка призвана не только защищать товар от неблагоприятных условий окружающей среды, но и выполнять функцию рекламы и информирования конечного потребителя. Мировой рынок упаковки является ведущей отраслью экономики. Мировые расходы на развитие упаковки достигли 480 млрд долларов за год, доля пищевой упаковки в общей структуре производства составляет 40 % [1].

Объем российского рынка упаковки в 2016 году составил 746 млрд рублей.

На фоне кризиса за десять месяцев 2016 года (рис.1) производство упаковки в различных сегментах составило:

- гофропродукция – рост около 4 %;
- гибкие упаковочные материалы – рост около 3 %;
- жесткие пластики – снижение на 5 %;
- складные коробки – спад производства на 10 %;
- мешки бумажные – рост 1,5 %;
- стеклянная упаковка – около 0 %;
- упаковка из металла – спад производства на 10 %.

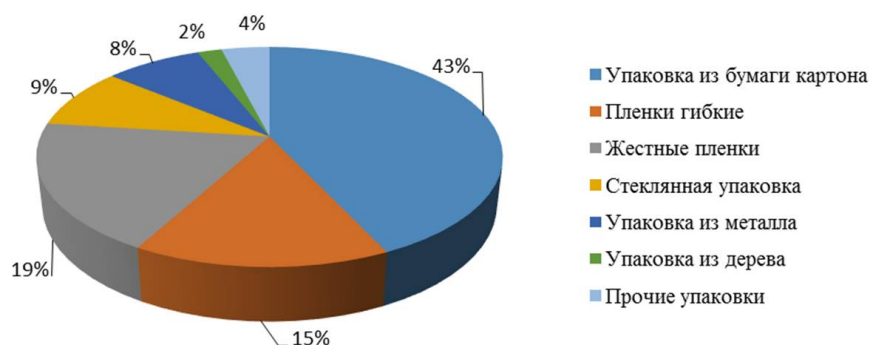


Рисунок 1 – Сегментация российского рынка упаковки в 2016 г.

* *Научный руководитель: Арманишина Гульнара Рамильевна*, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gulnararm@mail.ru

В 2016 г. объём производства ящиков и коробок из гофрокартона оценивается на уровне 4751 млн м², на 4,1 % (186 млн м²) больше, чем в 2015 г. При этом реализация товарного гофрокартона снизилась до 901 млн м², на 4,3 % (41 млн м²) по сравнению с 2015 г. [2].

Таблица 1 – Производство гофропродукции в РФ – 2016 г., млн м²

Объем производства млн.м ²	Дата производства, месяц											
	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
	357	414	464	459	481	489	491	492	495	505	499	512

В России производство упаковочных материалов получило развитие только в последние годы, до этого упаковка импортировалась. Годовой объём российского рынка упаковки составил 11 млрд долларов, половина этого объёма приходится на производство пищевой упаковки [3].

По прогнозам аналитиков, на конец 2016 г. рынок гофропродукции, тарных картонов, макулатуры можно считать сбалансированным.

1. Рыночная конъюнктура складывается благоприятно для производителей гофропродукции. Однако сложившееся ценовое расслоение ставит интегрированных и неинтегрированных поставщиков в различные условия, причём положение интегрированных производителей заметно более выгодное.

2. Интегрированные игроки, проявляя более высокую активность в повышении цен, тем не менее, удерживают цены ниже средних по рынку.

3. Неинтегрированные производители, стремясь защитить долю рынка, повышают цены на минимальные значения, теряя в доходности [4].

На этом фоне компании с загрузкой мощностей выше средней по рынку будут заинтересованы в повышении цен на текущей клиентской базе.

Интегрированные макулатурные поставщики в условиях роста ожидаемых цен на макулатуру, химикаты и понижение тарифов повышают цены с целью защитить полученные уровни доходности; с учётом более низких базовых значений производители из данной группы успешно повышают цены. Неинтегрированные игроки, имевшие цены выше средних по рынку, испытывают конкуренцию со стороны интегрированных производителей; стремясь защитить объёмы производства и долю рынка, неинтегрированные поставщики повышают цены на минимальные значения, жертвуя частью доходности.

В течение года сохранялось сложившееся в конце 2015 – начале 2016 гг. расслоение цен между производителями (рис.2). Неинтегрированные игроки удерживали цены выше 21 руб./м². Интегрированные макулатурные производители сдерживали цены на уровне 19 руб./м². В итоге следует ожидать некоторого сокращения ценового разрыва между отдельными категориями производителей и, как следствие, снижения общей отраслевой доходности.

Конъюнктурные факторы: сезонный рост спроса на упаковку, повышение показателей загрузки мощностей, ограниченный доступ к сырью, рост издержек – позволяют участникам рынка провести консолидированное повышение цен, минимизировав потери от роста издержек.

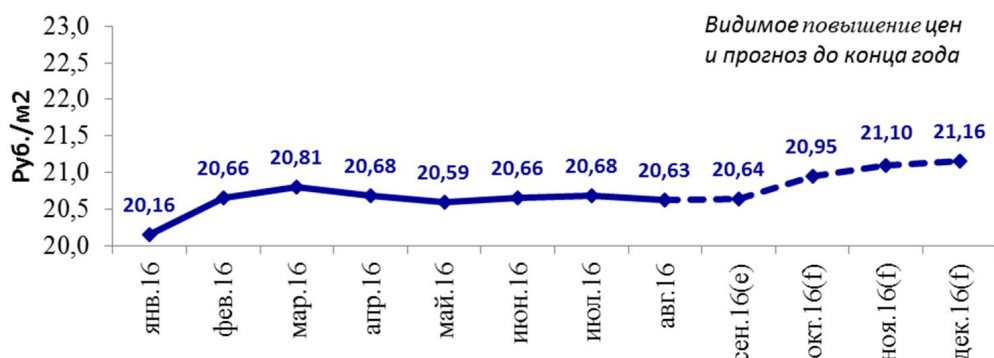


Рисунок 2 – Динамика цен на продукцию из гофрокартона в 2016, руб./ м²

Несмотря на падение оборота розничной торговли в сопоставимых ценах по итогам восьми месяцев года на 5,7 %, потребление отдельных видов упаковочной продукции отечественного производства увеличилось, о чем свидетельствуют темпы роста производства пищевых продуктов, напитков и табака (102,4 %), фармацевтической продукции (104,4 %), моющих, парфюмерных и косметических средств (108,7 %), изделий санитарно-гигиенического назначения (123,4 %), бытовой техники (104,7 %) [5].

Таким образом, в соответствии с базовым прогнозом предполагается прирост ВВП России в 2017 году на 0,6 %, в том числе темп прироста промышленности составит 1,1 %.

Кроме того ожидается восстановление покупательной способности населения и платежеспособного спроса вследствие роста реальных заработных плат (+1,2 %), реальных располагаемых доходов населения (0,7 %). Оборот розничной торговли повысится на 1,1 %. Ожидаемые положительные тенденции макроэкономических показателей обеспечат положительную динамику спроса на упаковку.

ГП «ГОТЭК» является одним из ведущих производителей упаковки в России. Компания начала серийный выпуск своей продукции в конце 60-х годов XX века. Сегодня группа «ГОТЭК» - это три эффективно функционирующие производственные площадки на территории Курской, Тульской и Ленинградской областей. Она предлагает своим клиентам самый широкий ассортимент продукции, соответствующей требованиям мирового стандарта качества, от упаковки из картона с офсетной и флексографской печатью до гибких упаковочных материалов и упаковки из формованной бумажной массы.

В группу входят шесть производственных предприятий. АО «ГОТЭК», АО «ГОТЭК-Центр» и АО «ГОТЭК Северо-Запад» – крупнейшие в России производители гофрированного картона, транспортной и розничной упаковки с многоцветной печатью. АО «ГОТЭК-ПРИНТ» – полиграфическая компания по производству упаковки из картона и микрогофрокартона с многоцветной печатью. АО «ПОЛИПАК» – предприятие по производству гибкой упаковки на основе гибких полимерных материалов. АО «ГОТЭК-ЛИТАР» – один из ведущих в России производителей упаковки из формованной бумажной массы [6].

ГП «ГОТЭК» во всем стремится соответствовать самым высоким мировым стандартам: в качестве продукции, в уровне менеджмента и в корпоративной культуре. Свою миссию группа видит в том, чтобы создавать рациональные упаковочные решения для каждого своего клиента, точно зная, как это сделать лучше и эффективнее на рынке. Трижды «ГОТЭК» становился победителем конкурса «Лучшие российские предприятия», ежегодно организуемого Торгово-промышленной палатой РФ и Российским Союзом промышленников и предпринимателей в номинациях «За эффективное управление производством» и «За наиболее динамичное развитие». Высокий престиж торговой марки «ГОТЭК» подтверждают и свыше 30 дипломов и 50 медалей крупнейших российских и международных выставок и упаковочных конкурсов.

В своей работе с заказчиками «ГОТЭК» использует персонифицированный подход. В клиентскую базу предприятий группы входят более 1000 различных транснациональных и российских компаний различного профиля деятельности, которые доверяют знаниям, опыту

и профессионализму персонала «ГОТЭК». Компания реализует свою продукцию практически во всех федеральных округах Российской Федерации, но имеет наибольшее присутствие и является лидером в ее Центральной части. В числе ее постоянных партнеров – PepsiCo, Nestle, Procter & Gamble, Kraft Foods, Самсунг Электроникс, «Вимм-Билль-Данн», «Индезит», ПК «Балтика», «Пивоварня Хейнекен», «Балтимор-Нева», «Объединенные кондитеры», «Русский бисквит», «Кунцево», «Нефрит Керамика», «Балтийский берег», «Айс Фили» и другие лидеры различных отраслей экономики страны.

Предприятия группы владеют самым современным оборудованием и технологиями от ведущих европейских производителей, используют в своем производстве высококачественное сырье и материалы. Значительным фактором в повышении эффективности работы в сфере качества является внедренная и успешно функционирующая в компании Система менеджмента качества.

В течение десяти последних лет «ГОТЭК» применяет стратегию оптимизации своей операционной модели, внедряет новейшие технологии и оборудование, развивает и расширяет портфель своих высококачественных упаковочных решений. По мнению экспертов отечественного потребительского рынка, сегодня группа «ГОТЭК» входит в сотню самых быстрорастущих компаний России. Демонстрируя приверженность общепринятым в мировой практике нормам ведения бизнеса, «ГОТЭК» всецело придерживается международных стандартов корпоративного управления и декларирует свою полную открытость. Компания следует политике высокой социальной ответственности перед собственными сотрудниками и членами их семей, перед населением ряда регионов, в которых она работает, перед всем российским гражданским обществом в целом.

«ГОТЭК» – компания с надежным будущим. Ее стабильное развитие, коренная реконструкция производства и совершенствование технологий служат укреплению экономики России и позволяют выступать предприятиям группы в роли интересного и перспективного делового партнера для отечественных и зарубежных клиентов.

Список литературы:

1. Васильев Ю.С. Управление развитием маркетинга: учебник. – СПб: Изд-во СПб-ГТУ, 2014. – 245 с.
2. Бизнес в России. – М.: Весь мир, 2014. – 154 с.
3. Вудкок М., Фрэнсис Д. Маркетолог: учебник / Пер. с англ. – М.: «Дело», 2014. – 330 с.
4. Иванов Ю. Мотивационная политика // Служба кадров и персонал. – 2014. – №1 – С. 60-64.
5. Зиньков Д.В. Значение качества человеческого капитала при модернизации экономики страны / Д.В. Зиньков, Н.А. Сушкова // Аудит и финансовый анализ. – 2012. – № 4. – С.346-349.
6. Внутренний сайт ГП «ГОТЭК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.Gotek.ru>.
7. Паршутин И.Г., Симонова Е.В. Зарубежный опыт поддержки малого бизнеса и пути его использования в России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2009. – № 3 (9). – С. 49-56.
8. Соболева Ю.П., Паршутин И.Г. Факторный анализ спроса на потребительском рынке продовольственных товаров // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2015. – № 9 (131). – С. 78-83.
9. Суворова С.П., Малявкина Л.И. Концептуальные основы стратегического управления инновационной деятельностью организаций // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – № 2 (20). – С. 140-144.
10. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Проблема стратегических изменений при взаимодействии организации с турбулентной внешней средой / М.С. Шмарков, Л.И. Шмаркова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – № 1 (23). – С. 26-31.